

**TRABAJO DE FINAL DE GRADO EN TRADUCCIÓN E
INTERPRETACIÓN**

TREBALL DE FI DE GRAU EN TRADUCCIÓ I INTERPRETACIÓ

Departament de Traducció i Comunicació

TÍTULO / TÍTOL

**El mundo profesional de la localización de videojuegos:
empresas, competencias traductológicas y didáctica en las
universidades españolas**

Autor/a: José Miguel GIL LÓPEZ

Tutor/a: María CALZADA PÉREZ

Fecha de lectura/ Data de lectura: junio 2016



Resumen/ Resum:

Los videojuegos son un medio de entretenimiento muy importante hoy en día, que sigue un crecimiento imparable y que al igual que otros medios audiovisuales necesita ser traducido para facilitar su distribución en todo el mundo. Tanto el proceso de traducción como la propia industria tienen unas características propias que los diferencian de otros ámbitos. El siguiente trabajo analiza tres puntos que ofrecen una visión general de cómo es el mercado de la localización de videojuegos con la finalidad de aportar información útil sobre todo lo necesario para formarse y trabajar como traductor en este campo. Por una parte están las empresas, que suelen optar por unos emplazamientos geográficos concretos y suelen utilizar modalidades de contratación y métodos de trabajo similares, además de unas exigencias formativas parecidas. Por otra parte está la investigación teórica, que ha formado una visión de lo que sería el traductor de videojuegos ideal teniendo en cuenta competencias de tipo informático, temático, traductológico, profesional, etc. Finalmente, dentro de este contexto están las universidades, que en España ofrecen desde hace años una formación orientada a la inclusión de este tipo de modalidad en másteres o, más recientemente, estudios de grado. Los programas tienen en cuenta en gran medida las peculiaridades de la industria y los conocimientos aportados por los teóricos. De esta manera, el desarrollo de la industria y la inclusión de los estudios de localización en las universidades hacen pensar que su importancia como modalidad traductora va a seguir creciendo. Por todo ello, el conocimiento acerca de la formación universitaria disponible, los requisitos profesionales para trabajar en esta modalidad y las competencias necesarias son una herramienta interesante con vistas al futuro.

Palabras clave/ Paraules clau: (5)

Videojuegos, localización, competencias, didáctica, empleo

Índice

1. Introducción.....	1
1.1. Contextualización.....	1
2. Metodología.....	2
3. Estudio del mercado de la localización.....	3
3.1. Las empresas.....	3
3.2. Las competencias del localizador.....	8
3.3. La formación en localización.....	13
4. Conclusión.....	16
5. Bibliografía.....	18
6. Apéndices.....	20
Apéndice A. Principales desarrolladoras de videojuegos.....	20
Apéndice B. Páginas web de las empresas de localización consultadas.....	21
Apéndice C. Ofertas de trabajo y recursos utilizados para el estudio.....	22
Apéndice D. Universidades que ofrecen localización en España.....	24
Apéndice E. Programas de estudios y asignaturas analizados el estudio comparativo.....	25

1. Introducción

La industria de los videojuegos es un negocio que ha experimentado un crecimiento imparable durante las últimas décadas hasta convertirse en uno de los puntales del entretenimiento hoy en día. Los videojuegos, al igual que otros formatos de ocio audiovisuales, necesitan de traducción para hacer posible su distribución y venta en todo el mundo. A este proceso se le conoce como localización de videojuegos y posee unas características propias que lo diferencian de la localización de otros formatos informáticos como el software o las páginas web. En este contexto, he creído conveniente e interesante llevar a cabo un estudio que sirva como guía básica para conocer la situación de la localización de videojuegos y sus características definitorias en diversas facetas, especialmente dirigido a estudiantes que quieran dedicarse a esta modalidad en un futuro, pero también a docentes o demás personas interesadas en el campo de la traducción. Por una parte, sondeamos aquí las posibilidades de contratación en el mercado profesional y la situación geográfica de las empresas de la industria. Por otra, exploramos las competencias necesarias desde el punto de vista de los teóricos más relevantes en la investigación de esta modalidad traductora. Y finalmente, en un tercer lugar, examinamos brevemente (por motivos de espacio) la situación de la didáctica de la localización de videojuegos en el contexto de la formación universitaria en España.

1.1. Contextualización

Antes de empezar con el contenido del trabajo en sí, es interesante dar una visión general de la industria del videojuego. Los videojuegos son un medio de entretenimiento audiovisual que se presenta de formas muy variadas y que hoy en día se ha convertido en el principal medio de entretenimiento en todo el mundo, sobre todo para los más jóvenes. Según los cálculos de 2016 de la web especializada Newzoo¹, esta industria movió 99 000 millones de dólares el pasado año, un 8,5 % más que el año anterior, y es especialmente popular en el mercado del Asia-Pacífico con un 47 % del volumen, seguido de Norteamérica con un 25 %, Europa-África con un 24 % y Sudamérica con un 4 %. La variedad propia de este medio está presente, por ejemplo, en las plataformas en las que se juega. Entre estas plataformas podemos encontrar consolas de sobremesa (Xbox 360, PlayStation 4, Nintendo Switch, etc.), consolas portátiles (Nintendo 3DS, PS Vita, Nintendo Switch, etc.), ordenadores o móviles y tabletas. Estos últimos son un mercado que hoy en día está en auge dentro de la industria y que ya representa la mayor parte del grueso de jugadores, con alrededor de un 37 % de los jugadores según los datos de Newzoo. Los móviles y las tabletas se han beneficiado de un público con dispositivos inteligentes de última generación que busca aplicaciones a menudo gratuitas (con micropagos opcionales para obtener nuevas funcionalidades o ventajas) y que requieran partidas cortas pero que a la vez cuente con mecánicas divertidas y una progresión constante.

¹ Disponible en:

https://cdn2.hubspot.net/hubfs/700740/Reports/Newzoo_Free_2016_Global_Games_Market_Report.pdf

[Fecha de consulta: 4/2/2017]

Además, los videojuegos también se presentan en multitud de géneros distintos, cada uno de los cuales suele estar destinado en la mayoría de los casos a un público específico, aunque estas diferencias están cada vez más difuminadas. Podemos hablar de juegos de plataformas, acción, *shooters* (disparos), simuladores (deportivos, de conducción, de vida...), RPG (juegos de rol, tanto a tiempo real como por turnos), peleas, terror, estrategia, música, educativos, etc. Asimismo, este formato audiovisual a menudo combina elementos de varios de estos géneros para lograr resultados diferentes, como en el caso de los MOBA (Multiplayer Online Battle Arena), que mezclan la estrategia y acción a tiempo real con elementos de juego de rol. Estos juegos, por otro lado, son cada vez más sociales y hacen uso de funcionalidades multijugador que permiten a los usuarios poder interactuar y competir en línea con otros jugadores. Algunos géneros están centrados completamente en esta modalidad de juego, como los MMO (Massively Multiplayer Online Game). En los últimos años la experiencia de juego se está intentando potenciar con el desarrollo de periféricos de realidad virtual como la HTC Vibe, PlayStation VR o Samsung Gear VR. Toda esta variedad de temáticas y géneros, junto a los diferentes públicos objetivo y el componente informático de la programación y ejecución de estos juegos afecta, entre otros factores, a la traducción de los mismos, como veremos en los siguientes puntos.

2. Metodología

Para llevar a cabo este estudio se ha utilizado una metodología que dividía los contenidos en los tres puntos mencionados en la introducción: la situación de las empresas, las competencias propuestas por los teóricos y las ofertas de estudios de localización en España. Tras la introducción (apartado 1), la contextualización al mercado de los videojuegos en sí (apartado 1.1) y el presente apartado metodológico, se encuentra el apartado relacionado con los aspectos profesionales (apartado 3.1). En este punto se exploran las diversas modalidades de contratación en el mercado de la localización de videojuegos: tanto *in-house* como en empresas de traducción. Para ello se han consultado las páginas web oficiales y perfiles de webs de contratación de una selección de grandes desarrolladoras de videojuegos para determinar su ubicación geográfica y discernir si optan por contratar traductores propios o no. Por otra parte, se han buscado empresas ajenas especializadas en esta modalidad traductora y con reputación en el campo. En los apéndices A, B y C pueden consultarse los datos en bruto que se han utilizado en el trabajo. En este apartado de aspectos profesionales se han recopilado también las competencias requeridas para los puestos de trabajo revisados. Con todo ello se puede apreciar de forma general las características geográficas, las exigencias formativas y las tendencias habituales de la industria a la hora de contratar traductores. En segundo lugar, en el apartado 3.2, se analizan las competencias traductológicas necesarias para esta modalidad traductora. En este punto se ha estudiado de una forma más teórica

artículos de autores con gran reputación y experiencia en el estudio de la traducción de videojuegos y la traducción audiovisual. A partir del resumen y síntesis de las ideas aportadas por estos autores se forma el retrato del traductor de videojuegos óptimo. En último lugar, el apartado 3.3 se destina a la exploración somera de los aspectos didácticos vinculados con la localización de videojuegos. Para ello se han recopilado de forma exhaustiva los grados, másteres y cursos ofrecidos en las universidades españolas que incluyen formación dedicada a la traducción de videojuegos. En el apéndice D pueden consultarse los programas académicos que han servido de base para la redacción del trabajo. Una vez hecho esto, se han comparado los programas de varios de estos estudios con las recomendaciones de los teóricos extraídas en el punto anterior para analizar la dirección y evolución de la enseñanza en localización de videojuegos en nuestro país. Los programas comparados pueden consultarse en el apéndice E. En resumen, se trata de un trabajo que refleja en gran parte unos resultados basados en la investigación a fondo sobre el terreno, de una manera más inclinada hacia la síntesis de las tendencias observables desde un punto de vista práctico que de elementos teóricos. Se ha intentado resumir los datos para reflejar la información más relevante de manera clara dada la limitación en la longitud del trabajo.

3. Estudio del mercado de la localización

3.1. Las empresas

A la hora de analizar el mercado de la localización de videojuegos y las peculiaridades que entraña para el traductor, es conveniente empezar por establecer un mapa del mercado laboral que ilustre el cómo y el dónde de esta modalidad de la práctica traductora. La localización de videojuegos puede dividirse fundamentalmente en tres modalidades según quién contrate al traductor: traducción *in-house* para grandes desarrolladoras, traducción en empresas especializadas en localización o que ofrezcan estos servicios y, por último, traducción como autónomo por encargo de una desarrolladora o distribuidora (Dietz, 2007). En este estudio nos centraremos en los dos primeros casos, puesto que el mercado de la contratación de autónomos es más general, amplio y difícil de abarcar. Al final del trabajo se adjuntará el apéndice C con las ofertas de empleo y páginas web consultadas para realizar este punto.

La primera modalidad, la traducción *in-house*, es una opción que generalmente adoptan las grandes desarrolladoras. Estas empresas trabajan a menudo en proyectos multimillonarios (los llamados juegos AAA) y poseen estudios en todo el mundo, tanto propios como subsidiarios. Al manejar presupuestos tan grandes, sus plantillas son muy amplias y suelen incluir traductores propios. Para estudiar las características de esta modalidad se ha confeccionado una muestra de diez grandes desarrolladoras a partir de la lista de las 25 empresas con mayores ingresos durante la primera mitad de 2016 de la web especializada

Newzoo². Esta muestra no recoge necesariamente las diez primeras desarrolladoras de la lista ya que tiene en cuenta otros factores aparte de la posición en la misma, como la tradición de las empresas en la industria o la fama entre el público general, a la hora de seleccionar los elementos. Las diez empresas que se han analizado son: Tencent, Sony Interactive Entertainment, Activision Blizzard, Electronic Arts, NetEase, Ubisoft, Nintendo, Sega, Square Enix y Konami. Hay que señalar que existe la posibilidad de trabajar *in-house* para desarrolladoras algo más pequeñas, pero al tratarse parte de ellas de subsidiarias de grandes empresas y al ser más fácil obtener información y datos relevantes para el estudio de estas últimas, centraremos el foco sobre ellas.

En primer lugar, si analizamos la ubicación de las sedes principales de estas diez empresas, llama la atención el hecho de que se concentran fundamentalmente en dos lugares: Asia y los Estados Unidos. Sin embargo, hay que mencionar que es habitual que las empresas abran sucursales comerciales o estudios subsidiarios (que pueden ser estudios propios o estudios de empresas más pequeñas que hayan sido adquiridas por la grande) en otras partes del mundo. Japón es el país con mayor representación en la muestra con cuatro empresas (Nintendo, Sega, Square Enix y Konami), seguido de los Estados Unidos con tres (Sony Interactive Entertainment, Activision Blizzard y Electronic Arts) y China con dos (Tencent, NetEase). Ubisoft, con sede en Francia, es el único elemento de la muestra que no participa de esta tendencia. En el caso de Sony, pese a ser una empresa japonesa, tiene el principal estudio de su sección de videojuegos (Sony Interactive Entertainment) en Estados Unidos. Otro detalle que hay que tener en cuenta es que las empresas con sede principal en los Estados Unidos se encuentran afincadas en poblaciones del estado de California: San Mateo (Sony Interactive Entertainment), Santa Mónica (Activision Blizzard) y Redwood City (Electronic Arts). Esta tendencia no se da únicamente con las sedes principales, sino que también es común que las empresas asiáticas o europeas sitúen sus sucursales norteamericanas en este estado, conocido por su alta concentración de empresas tecnológicas. Es el caso de: Tencent (Palo Alto), NetEase (Brisbane), Nintendo of America (Redmond), Sega (Irvine), Square Enix (El Segundo) o Konami (El Segundo). También se produce la situación inversa con las empresas estadounidenses, que emplazan sus sucursales comerciales o estudios de Asia en Japón, China, Hong Kong o Corea. En cuanto al resto del mundo, Canadá y Australia son dos de los países que presentan mayor concentración de sedes y sucursales. Australia es el principal representante de Oceanía y Canadá, la principal alternativa a los Estados Unidos en Norteamérica. África es un continente sin representación en este aspecto. Tampoco se pueden encontrar sedes o sucursales de especial relevancia en América Latina.

En cuanto a Europa, destaca principalmente el Reino Unido, ya que, pese a no ser la sede principal de ninguna de las grandes empresas, es donde se emplazan la mayoría de sucursales europeas. Es el caso de empresas como Sony Interactive Entertainment, Activision Blizzard,

² Disponible en: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-25-companies-game-revenues/> [Fecha de consulta: 4/2/2017]

Electronic Arts, Ubisoft, Sega, Square Enix o Ubisoft. También hay que mencionar países como Alemania (Nintendo of Europe tiene su sede en Frankfurt), Francia (Ubisoft), Holanda e Irlanda. Sin embargo, también pueden encontrarse estudios menores en multitud de países de Europa. Para finalizar con el mapa de empresas, en el ámbito nacional destaca Electronic Arts, que tiene un importante estudio de localización en Madrid. También Nintendo Ibérica tiene una de sus sedes de distribución en la capital española³.

Una vez definido el mapa de empresas, pasaremos a analizar las ofertas de trabajo de la traducción *in-house*. En cuanto a los empleos relacionados con la localización que se ofrecen en estas empresas, tras realizar una investigación en diferentes fuentes, como pueden ser los propios apartados de búsqueda de empleo en los sitios web oficiales de las empresas o los perfiles oficiales en redes sociales de búsqueda de empleo como LinkedIn, Glassdoor o Hired China (en el caso de las empresas chinas), es posible sacar en claro ciertas tendencias habituales. Es frecuente que las grandes empresas tengan una sección de búsqueda de trabajo en su propia web oficial. En estos apartados es posible consultar ofertas laborales disponibles o hacer búsquedas según ciertos campos como el departamento, la ubicación del puesto ofertado o el sueldo. La mayor parte de las desarrolladoras cuentan con una sección dedicada a la localización, por lo que, aunque no siempre sea posible encontrar una oferta abierta relacionada con este departamento, sí es posible deducir que dichas empresas poseen trabajadores especializados en localización en sus plantillas. Sony Interactive Entertainment, Electronic Arts, Ubisoft y Nintendo (en este caso concretamente se ha estudiado Nintendo of America) cuentan con un apartado de localización en su sección de búsqueda de empleo⁴. Las webs oficiales de NetEase, Sega o Konami también ofrecen trabajos como traductor, pese a que no explicitan tan claramente su estructura de departamentos como las mencionadas anteriormente⁵. Destaca también el caso de Square Enix, que, pese a que no parece ofrecer puestos como traductor en el momento de la realización de este estudio, es reconocida como una de las primeras empresas de la industria que empezó a localizar videojuegos durante los años 80 y que, hoy en día (a fecha de 2015), cuenta con un equipo de más de 70 empleados que trabajan con lenguas como el japonés, el inglés, el francés, el alemán, el español, el italiano, el ruso, el coreano o el chino mandarín. Por otra parte, es habitual que las desarrolladoras cuenten con perfiles oficiales en las ya mencionadas redes sociales de

3 Algunos de los enlaces utilizados para documentación acerca de la localización de sedes de las empresas del estudio, disponibles en: <http://www.worldwidestudios.net/locations>, <http://www.activisionblizzard.com/locations>, <http://careers.ea.com/our-locations>, https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Nintendo_development_teams, <http://www.sega.com/corporate>, <https://www.tencent.com/en-us/contactus.html>, <http://careers.tencent.com/global/us/>, <https://www.ubisoft.com/en-US/office/worldwide-hq.aspx> [Fecha de consulta: 4/2/2017]

4 Apartado de búsqueda de empleo de Sony Interactive Entertainment (a modo de ejemplo), disponible en: <https://www.playstationjobs.co.uk/vacancies> [Fecha de consulta: 4/2/2017]

5 Oferta de empleo en la web de Konami (a modo de ejemplo), disponible en: <https://us.konami.com/jobs/#bilinguales> [Fecha de consulta 4/2/2017]

búsqueda de empleo y actividad profesional, especialmente LinkedIn. Todas las empresas de este estudio, sin excepción, tienen un perfil oficial en esta web⁶. También es común encontrar perfiles u ofertas en Glassdoor o Hired China, esta última sobre todo en el caso de las compañías chinas⁷. Solo Activision Blizzard parece no seguir la tendencia de contratar traductores (o al menos no aparecen ofertas explícitas en su web) y ofrece trabajos como coordinador lingüístico, entre cuyas tareas se encuentra la coordinación con empresas de localización y traductores⁸. Se puede deducir con esto que la empresa deriva, en mayor o menor medida, sus encargos de traducción a empresas o profesionales autónomos. De hecho, es necesario añadir que algunos de los encargos que ofrecen las desarrolladoras no están exclusivamente relacionados con la localización. Las posibles salidas profesionales relacionadas con las lenguas en el mundo de los videojuegos no se centran únicamente en la traducción, como se observa en el caso de Activision Blizzard y la coordinación lingüística. Por lo tanto, como especialista en lenguas, un traductor podría ser capaz de llevar a cabo también trabajos relacionados con el campo de las lenguas en la industria del videojuego. Por ejemplo, durante la investigación se han detectado ofertas de Sega o Konami como *tester* de localización, es decir, revisor de traducciones⁹. En estos trabajos la actividad principal se centra en revisar textos, guiones y otros documentos, aunque también se propone realizar pequeñas traducciones en casos en los que sea necesario e incluso informar de errores no lingüísticos del propio juego.

Las características de estos trabajos *in-house* no suelen diferir mucho las unas de las otras. Los principales idiomas requeridos son el inglés, el japonés, el chino, el alemán, el francés, el español y el italiano. Otras lenguas con cierta representación son el coreano o el ruso, aunque también es posible encontrar ofertas en las que se soliciten idiomas menos comunes como el turco, el portugués, el indonesio o el malayo. Las responsabilidades que se exigen en estos trabajos se podrían resumir en los siguientes puntos, aunque no siempre se presentan todas a la vez:

6 Ejemplos de perfiles oficiales de empresas de la muestra en LinkedIn, disponibles en: <https://www.linkedin.com/company/nintendo>, <https://www.linkedin.com/company/activision> [Fecha de consulta: 4/2/2017].

7 Perfil de Tencent en Hired China, disponible en: <http://www.hiredchina.com/company/118819870.html> [Fecha de consulta: 4/2/2017].

8 Oferta de trabajo como coordinador lingüístico de Activision Blizzard, disponible en: <http://activision.referrals.selectminds.com/activisionblizzard/jobs/simplified-chinese-linguistic-coordinator-630> [Fecha de consulta: 2/4/2017 (segunda consulta, oferta ya cerrada)]

9 Oferta de trabajo como tester de localización de Sega, disponible en: <http://careers.sega.co.uk/careers/sega-europe-limited/chinese-localisation-qa-tester> [Fecha de consulta: 2/4/2017]

- Traducción de textos de todo tipo relacionados con los videojuegos: textos del videojuego, guiones de diálogo, manuales de instrucciones, informes relacionados con el desarrollo del juego, etc.
- Revisión y evaluación de la calidad de los textos ya traducidos
- Revisión y evaluación de la gramática, ortografía y consistencia de los textos
- Identificación de elementos adaptables para mejorar la recepción del cliente de la cultura de llegada
- Interpretación en conferencias, llamadas o reuniones con otros departamentos
- Trabajo relacionado con el videojuego en sí (en el caso de los *testers*): ayuda en la evaluación de la dificultad y detección de errores de programación, muestras a otros departamentos, etc.
- Otras tareas administrativas generales

Por otro lado, también es necesario hablar de los requisitos de estos trabajos. Estos requisitos suelen tener relación con las lenguas, la cultura, la tecnología y la capacidad de trabajo. Las competencias que se exigen en estos trabajos se podrían resumir en los siguientes puntos:

- Nivel de lenguas y de expresión escrita elevado (principalmente niveles nativo o alto en lenguas de origen y de llegada)
- Experiencia laboral
- Familiaridad con los videojuegos y la industria (especialmente en el caso de los *testers*)
- Familiaridad con la cultura de origen y de llegada
- Familiaridad con las herramientas informáticas y tecnológicas necesarias
- Capacidad de trabajo en equipo
- Capacidades de trabajo generales: responsabilidad, organización, flexibilidad, precisión, motivación, entusiasmo, honestidad, etc.

En definitiva y a modo de resumen, las grandes empresas del mundo del videojuego suelen optar por contratar traductores en plantilla o, en su defecto, *testers* de traducciones o coordinadores lingüísticos. Sus sedes y estudios desarrolladores se concentran principalmente en el este asiático (Japón, China, Hong Kong, Corea), Norteamérica (Estados Unidos, Canadá) y las principales capitales europeas. Estas empresas buscan traductores con alto nivel de lenguas y familiaridad con las nuevas tecnologías, la informática y los videojuegos para llevar a cabo tareas de traducción de documentos más o menos variados y, en ocasiones, otras tareas administrativas, tareas de coordinación lingüística o pruebas de traducciones en los propios juegos.

Por otra parte, también es posible encontrar trabajo en empresas de traducción especializadas en localización o que ofrezcan estos servicios. Como hemos podido ver, las grandes desarrolladoras suelen optar por tener su propio cuerpo de traductores; sin embargo, es posible que desarrolladoras más pequeñas o independientes, o incluso las propias grandes desarrolladoras según el volumen de traducciones, necesiten contratar servicios de este tipo. MoGi Translations, Andovar Game Localization o EQHO son algunas empresas extranjeras que ofrecen servicios de localización. Por ejemplo, en el caso de MoGi Translations, sus sedes se reparten por toda Europa, en países como Reino Unido, Irlanda, Bélgica, Alemania, Italia y Grecia. En su web menciona como clientes habituales a entidades importantes en el sector como Capcom, Telltale Games, Deep Silver, Epic Games e incluso la propia Konami. Los requisitos para los trabajos que ofrece MoGi Translations no difieren en exceso de los que piden las grandes desarrolladoras, aunque entran más en profundidad en ciertas especificidades de la tarea traductora, como el saber utilizar memorias de traducción o software de traducción asistida. Esta modalidad de localización también se da en España, con casos como el de Trágora, Linguavox, Gameloc o Pink Noise, por mencionar algunos nombres destacados. En general, es posible encontrar empresas de este tipo en todo el mundo, especialmente en los núcleos principales de la industria, como son Norteamérica, Europa, el este de Asia y otros países como Australia.

3.2. Las competencias del localizador

Tras el repaso al mapa de la localización de videojuegos y las exigencias por parte de las empresas, el siguiente paso es hablar acerca del punto de vista de los teóricos. Algunos autores han estudiado esta modalidad de traducción popularizada tan recientemente, reflexionando, entre otras cosas, sobre las competencias que debe poseer un traductor de videojuegos. Las competencias que generalmente se mencionan son muy variadas y van desde aspectos puramente lingüísticos o traductológicos hasta el dominio de habilidades relacionadas con la tecnología y el software, pasando por aspectos culturales o narrativos.

Una clasificación especialmente interesante para mostrar las diferentes competencias que son necesarias para acometer este tipo de traducción es la de Dietz (2007). Dietz menciona que a menudo se tiene la concepción errónea de que los videojuegos van dirigidos a un público infantil y que, por tanto, son un tipo de traducción sencillo; pero nada más lejos de la realidad. Al hilo de esto, clasifica las competencias necesarias para el desempeño de la labor traductora en este ámbito de la siguiente manera:

- Conocimientos informáticos
- Conocimiento sobre los videojuegos
- Conocimiento sobre el campo temático
- Conocimiento sobre el proceso de localización
- Trabajo en equipo virtual

Dietz engloba diferentes subcompetencias dentro de los conocimientos informáticos, como el conocimiento de terminología específica de la informática, los problemas de software o hardware o la capacidad para documentarse por Internet. También menciona dentro de este apartado el contar con un ordenador adecuado para poder jugar al propio juego, algo en lo que coinciden otros autores, ya que las traducciones *a ciegas* suelen dar lugar a errores por falta de contextualización. Por su parte, Bernal-Merino (2007) habla sobre el creciente uso de herramientas de traducción asistida por ordenador en la industria y sobre la fragmentación del texto del juego en líneas, que hace recomendable saber utilizar programas de hojas de cálculo, empleadas a menudo para dividir las líneas de diálogo e introducir los textos traducidos. También hay que mencionar aquí a Chandler (2008), que aboga por la importancia de saber manejar diferentes formatos de archivos según sean necesarios durante el proceso traductor.

En segundo lugar, según la clasificación de Dietz, es especialmente recomendable tener conocimientos acerca de la industria de los videojuegos. El autor destaca cómo este ámbito, al igual que otros muchos campos de especialidad, cuenta con una jerga propia que sirve para dar nombre a conceptos, géneros en los que se clasifican los juegos, etc. Por lo tanto, tener familiaridad con este vocabulario es realmente importante. No solo eso, una visión global de los diferentes géneros y su idiosincrasia narrativa y técnica puede ser realmente útil, ya que cada género presenta unos problemas específicos que influyen de una u otra forma en la traducción. Otro punto importante según Loureiro Pernas (2007) es que los textos que deben traducirse presentan diferentes características dependiendo de si se trata de texto en pantalla o si se trata de diálogos. Los primeros necesitan de una mayor concisión, mientras que, respecto a los segundos, hay que ser consciente de si van a ser doblados o usados en subtítulos, para lo cual resulta preciso conocer las peculiaridades de cada una de estas modalidades. Además,

hay que tener en cuenta los diferentes textos relacionados con el videojuego que necesitan traducción y las convenciones de cada uno de ellos. Scholand (2002) propone una clasificación de los elementos que se deben traducir o adaptar en el proceso de creación de un videojuego. Estos elementos son los siguientes:

- Recursos del juego: menús, cuadros de diálogo, explicaciones, ayuda en línea, mensajes de error, etc.
- Documentación: instrucciones técnicas o del juego, contratos, archivos léame, etc.
- Compatibilidad de signos, configuraciones de teclado, formatos u operaciones aritméticas.
- Adaptación de menús, combinaciones de teclas, criterios de ordenación, interfaz de usuario o secuencias animadas.

Otra clasificación interesante es la de Bernal-Merino (2007) que clasifica los elementos que necesitan de traducción de la siguiente manera: manuales, caratulas, archivos léame, sitios web oficiales, diálogos para subtítulo y doblaje, interfaz de usuario y arte gráfico.

En tercer lugar, merece especial mención el conocimiento sobre el campo temático sobre el que gira el videojuego que se traduce. Cuando antes se destacaba la dificultad que entraña la traducción de videojuegos, este punto es uno de los principales causantes de ello. Si bien es cierto que hay juegos con poca complejidad terminológica o dirigidos a un público casual, algunos géneros como los juegos de estrategia, simuladores deportivos o juegos históricos, por poner algunos ejemplos, suponen a menudo un escollo que es necesario superar mediante la documentación y el estudio del tema en cuestión. Para Bernal-Merino (2007) se podría establecer una división básica entre juegos que necesitan más documentación que creatividad y juegos que necesitan más creatividad que documentación. Una división a partir de la cual se podrían clasificar los diferentes géneros según su temática y público objetivo.

En último lugar, el aspecto social y profesional de la localización también entraña ciertas dificultades que se deben tener en cuenta. Según Dietz (2007), el proceso de creación de videojuegos hoy en día es vertiginoso y se trabaja con plazos muy estrechos, por lo que, para los traductores, es necesaria una buena coordinación con los desarrolladores que adaptan el juego a las traducciones, además de saber trabajar en equipo con otros traductores. Por supuesto, sin olvidar el factor de la confidencialidad, que a menudo impide poder probar el juego como ya se ha mencionado anteriormente. El dominio de servicios de mensajería o videollamada es una habilidad fundamental para facilitar esta coordinación. Además, hay que tener en cuenta que ciertos elementos de la programación del videojuego pueden afectar a la traducción. Para Scholand (2002), la localización se divide en tres fases:

- Localización técnica, que hace referencia a los ajustes informáticos necesarios para que un juego sea funcional en otros países.
- Localización nacional, que es la traducción propiamente dicha.
- Localización cultural, que engloba todos los elementos de la adaptación cultural a la cultura de llegada.

En este caso, el traductor actúa principalmente en las dos últimas fases; sin embargo, hay elementos puramente técnicos e informáticos que el traductor debe conocer. Un ejemplo de ello son las conocidas como variables de programación de las que habla Bernal-Merino (2007). Aspectos como el nombre o el sexo del personaje del jugador pueden variar y, por lo tanto, reflejan diferentes textos en pantalla. Estas variables pueden dar problemas debido a las diferencias entre lenguas y las características de las líneas de programación que se utilizan para mostrar estas variables en pantalla. La estructura de una frase con variables en el código de programación puede ser diferente según el idioma concreto del juego y ello, con frecuencia, conlleva serios problemas informáticos. Respecto a la localización cultural, el texto *Best Practices for Game Localization*, creado por International Game Developers Association Special Interest Group (2012), propone cuatro variables culturales clave que influyen en la localización de un videojuego: la historia, la religión, las fricciones culturales y las tensiones geopolíticas de las naciones. Todas estas variables son elementos que no solo los desarrolladores sino también los traductores han de tener en cuenta. Saber detectar adecuadamente los potenciales problemas culturales y adelantarse al impacto de estos en el contexto de llegada parece de especial importancia en el proceso localizador. En cuanto al ejercicio profesional también destacan los consejos de Chandler (2008), que recomienda poseer un título universitario en traducción, desarrollar un portfolio personal con traducciones privadas para poder mostrarlas cuando sea necesario y establecer una red de contactos dentro de la industria a través de grupos de localizadores. Por otra parte, Wood (2009) recalca la importancia de habilidades como saber trabajar bajo presión debido a los cortos plazos, la organización y la posibilidad de especializarse en uno o dos géneros a lo largo de la carrera profesional para establecerse en el sector.

Otros aspectos interesantes que no entran de forma clara en la clasificación de Dietz son competencias traductorales como la creatividad o la coherencia. Para Loureiro Pernas (2007) el localizador ha de ser creativo, para reaccionar ante el espacio temporal del juego y la cultura de llegada y así trasladar con éxito frases, nombres, topónimos, etc. En cuanto al concepto de coherencia, Loureiro Pernas lo divide en dos tipos: terminológica e interna. La coherencia terminológica engloba aquellos aspectos que se han de tener en cuenta en relación a la plataforma, la empresa o los juegos anteriores de la saga (si los hubiera). En este sentido, se deben respetar, especialmente, los usos lingüísticos de entregas anteriores de cada plataforma y empresa. Por otra parte, la coherencia interna se produce dentro del contexto del propio

juego. El traductor ha de mantener la misma traducción para los elementos que aparecen en él de forma recurrente. También Mangiron (2006, 311-316) enriquece las competencias traductológicas que propone Dietz, con la adición de otras igual de importantes para la localización; por ejemplo, estar familiarizado con la cultura pop o saber traducir de forma idiomática. Esto se debe a que los videojuegos suelen incluir alusiones a otras creaciones artísticas y a menudo contienen un lenguaje coloquial. Los conocimientos sobre traducción audiovisual son, asimismo, otro de los puntos sobre el que incide Mangiron, puesto que, según la autora, es necesario tener en cuenta si los textos van a utilizarse en subtítulo o doblaje, como se ha mencionado anteriormente, y adecuarse a las convenciones. Como último apunte, un aspecto interesante y que no deben desatender traductores de habla hispana y que se menciona en el libro *Game Localization* de O'Hagan y Mangiron (2013) es que los trabajos de localización en los Estados Unidos suelen estar relacionados con la variante latinoamericana del español y su cultura, mientras que los conocimientos de inglés y español peninsular que se requieren suelen utilizarse para otras tareas asociadas, pero no para la propia traducción.

En definitiva, tras haber repasado las aportaciones de algunos teóricos, podemos observar ciertos puntos comunes en todos ellos sobre qué necesita dominar un traductor de videojuegos. El traductor de videojuegos ha de tener un conocimiento amplio sobre la industria. Aquí se incluyen aspectos como el género, la jerga propia del mundo del videojuego o el conocimiento sobre las variables de programación. Cada uno de estos elementos contribuye a que el proceso de traducción tenga unas peculiaridades u otras. No solo eso, también ha de ser consciente de qué se está traduciendo (menús, diálogos, instrucciones, caratulas, etc.) y qué convenciones se siguen en cada caso. Otro aspecto fundamental, dada la relación entre tecnología y videojuegos, es una buena aptitud con las nuevas tecnologías. La traducción de videojuegos a menudo se lleva a cabo utilizando herramientas como programas de traducción asistida u hojas de cálculo. En otros casos también será necesario software de mensajería o videollamada para coordinarse con otros traductores o con el equipo desarrollador. Por lo tanto, es recomendable que el traductor sepa manejar estos programas e incluso tenga un ordenador preparado para poder probar los juegos que tenga de traducir en caso de tener acceso a una prueba. Además, dependiendo de la complejidad temática o terminológica del juego, es probable que sea necesario recurrir a Internet para documentarse. La familiaridad con las peculiaridades del proceso de desarrollo y localización también son un punto que se menciona de forma recurrente. La falta de contexto y el alto grado de coordinación con otros traductores que es necesario en algunos proyectos son aspectos del trabajo a los que el traductor tiene que acostumbrarse. En último lugar, el traductor de videojuegos ha de poseer competencias traductológicas fundamentales para este medio, como pueden ser la creatividad, la coherencia o el conocimiento cultural. En pocas palabras, la investigación se decanta por un traductor con perfil *gamer*, tecnológicamente al día, que domine el campo de especialidad y que cuente con las subcompetencias culturales y traductológicas clave para este trabajo.

3.3. La formación en localización

Una vez analizados el mapa de la localización de videojuegos y las competencias necesarias para entrar en la industria según los teóricos, el último paso es dar una visión general de la formación de traductores en localización. Para ello, se analizarán ciertas claves de la situación formativa actual en España y se cerrará el apartado con el análisis de dos casos concretos, el programa docente de dos universidades, y se comparará con las competencias necesarias que se han extraído en el punto 3.2.

Para analizar la situación de la didáctica de la localización de videojuegos en España es especialmente ilustrativo el artículo *La formación académica de traductores de videojuegos en España: retos y propuestas para docentes e investigadores* de Vela Valido (2011). Vela Valido explica que la necesidad de traducción de videojuegos como especialidad surgió a partir de la década de 1990, cuando el medio comenzó a expandirse y las traducciones eran aún defectuosas. Más tarde, en la década de los 2000, las universidades comenzaron a introducir esta modalidad en sus programas a partir de otras dos disciplinas: la traducción audiovisual y la traducción de software. La autora menciona cuatro enfoques principales que se dan en España y en los que se podrían incluir la traducción de videojuegos: asignatura de localización multimedia, asignatura de traducción audiovisual o multimedia, asignatura de localización de videojuegos como tal o asignatura de localización de software. Los principales problemas a los que se enfrenta la enseñanza de la traducción de videojuegos según Vela Valido, citando a Bernal-Merino (2007:143) se podrían clasificar de la siguiente manera:

- Falta de contacto con las empresas de localización
- Falta de interés por parte de los departamentos de Traducción
- Falta de docentes especialistas
- Coste excesivo
- Dificultad para conseguir material didáctico adecuado

Con los datos de esta clasificación se puede apreciar que la localización de videojuegos todavía no es una especialidad totalmente asentada en el ámbito universitario. Bernal-Merino aprecia una falta de contacto con empresas del sector y un escaso interés por parte de los departamentos para incluirla en los programas de Traducción, cosa que dificulta el acceso a este tipo de formación. Además, los docentes son generalmente profesionales sin experiencia en el campo de la localización y obtener material adecuado para formar a los estudiantes es costoso debido a la necesidad de hardware preparado para esta tarea y software que a menudo

no es de libre acceso. Todo ello reduce significativamente la calidad de la educación en esta modalidad traductora. Tampoco es sencillo para los docentes, que han de afrontar múltiples dificultades como la ya mencionada falta de recursos didácticos, los cambios constantes en la industria, la falta de coordinación entre docentes o la gran variedad de géneros intratextuales e intertextuales, entre otros.

En el texto de Vela Valido se nombran algunas universidades que ofrecían másteres con asignaturas de localización de videojuegos y cursos a fecha de redacción del documento. Generalmente, se tiende a ofrecer estudios de este tipo mediante formación de posgrado o cursos complementarios, pero no durante la propia formación de grado. Tras un rastreo exhaustivo de los programas de las facultades de traducción de todas las universidades españolas (véase apéndice A con el material en bruto que ha servido para la redacción de este apartado), se puede observar que de los másteres mencionados en el texto todavía se mantienen los de las siguientes universidades: Universidad Alfonso X el Sabio, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad de Valencia, Universidad de Vic y Universidad Europea de Madrid. También han surgido nuevos másteres que forman traductores en esta especialidad, como es el caso del Máster de Traducción Profesional de la Universidad de Granada y su asignatura de traducción audiovisual o el Máster de Traducción Creativa de la Universidad de Vigo. Asimismo, otras universidades del país se han ido sumando progresivamente a ofrecer módulos de localización de software y videojuegos durante los estudios de grado. En la actualidad, universidades como la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, la Universidad de Salamanca, la Universidad Rey Juan Carlos o la Universidad Internacional de Valencia sí que ofrecen asignaturas obligatorias u optativas durante el grado centradas en la localización de software y videojuegos o de traducción audiovisual con algunos puntos del temario relacionados con este campo.

Para acabar con este apartado, se llevará a cabo una comparación entre los conocimientos y competencias aplicadas por el máster de varias universidades y los recomendados por los teóricos en el punto anterior. Para nuestro estudio se ha seleccionado el *Máster Universitario en Traducción y Nuevas Tecnologías: Traducción de Software y Productos Multimedia* de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, que incluye un módulo dedicado a la localización de videojuegos, y el *Máster Universitario en Traducción Profesional* de la Universidad de Granada, que incluye una asignatura de localización en su itinerario de traducción audiovisual. En cuanto al primer caso, se ha seleccionado el máster de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo porque se trata de un máster de implantación relativamente reciente, pero con continuidad a lo largo de los años y fácil acceso informativo. La Universidad Internacional Menéndez Pelayo se trata, además, de un centro de gran reputación, que ofrece cursos de todo tipo. En general se ofrece en este caso una formación completa y adecuada a los criterios definidos por los teóricos. En primer lugar, y por lo que respecta a los conocimientos informáticos, el programa cita apartados relacionados con los «assets» de los videojuegos (o «componentes de un videojuego» que posteriormente serán

añadidos a este, como modelos 3D, texturas, personajes, etc.), las «etiquetas y variables típicas en localización de videojuegos» o el uso de programas relacionados de «doblaje y subtitulación», como «Subtitle Workshop, Visual SubSync y Aegisub». No se hace referencia al uso de programas de traducción automática, hojas de calculo ni a elementos relacionados con la informática general, pero podría considerarse que, a grandes rasgos, el máster de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo incluye gran parte los elementos más esenciales de este apartado. En segundo lugar, su programa incorpora conocimientos relacionados con la propia industria de los videojuegos: «industria de la localización de videojuegos y situación actual del mercado», «plataformas, géneros y clasificación de videojuegos», «características específicas del proceso de localización», «principales retos de la localización de videojuegos», «localización del texto en pantalla» y de «otros elementos narrativos», localización de elementos del juego (página web, manuales, *box art*, marketing, licencia o garantía, entre otros), «caracterización de personajes», etc. En este sentido, podría considerarse que la formación que se ofrece es excelente. En tercer lugar, se encontraría el conocimiento sobre el campo temático, sin embargo estos conocimientos suelen estar relacionados con la cultura general o la documentación, por lo que no son realmente aplicables a la didáctica de la localización de videojuegos como tal. Por ello, no hay apartados relacionados con este aspecto, aunque es posible que se trate paralelamente en algún punto del temario ya que es un problema fundamental de este tipo de traducción. Finalmente, en cuanto a los aspectos sociales y profesionales, se pueden observar puntos relacionados con los «agentes» y «fases» del proceso de localización y «ejercicios prácticos de localización» o el proceso de «*testing*» mediante emulador de un juego traducido. No se aprecia con claridad si se realizan tareas que incluyan trabajo en equipo y coordinación de manera virtual, que sería una competencia recomendable, pero en general, tras el examen realizado, puede argüirse que se ofrece aquí una formación completa también en lo relacionado con el aspecto profesional y social de la localización. Además, según se aprecia en el programa del máster, se tratan aspectos relacionados con las competencias traductológicas generales que tienen especial relevancia en la localización. Concretamente se desarrollan competencias de este tipo en un punto del temario dedicado a «capacidades y destrezas específicas del traductor de videojuegos». Por otra parte, el máster de la Universidad de Granada, que cuenta con una de las facultades de traducción e interpretación más reputadas del país, aborda la localización tanto de videojuegos como de software informático en general. Los conocimientos informáticos generales que se tratan en este máster están relacionados con los «elementos del software» y las diferentes extensiones de archivos o «formatos». De esta manera, es muy probable que se traten aspectos clave como las variables de programación. Además, en el itinerario de traducción audiovisual del que forma parte esta asignatura de localización hay asignaturas relacionadas con la subtitulación y el doblaje, por los que también se ofrecen conocimientos relacionados con estas disciplinas y con sus herramientas de trabajo. En cuanto a los conocimientos sobre los videojuegos y la industria, podemos determinar que este máster cumple con creces en este punto. Se tratan aspectos como los «géneros y temáticas» de

videojuegos, las características de la «industria» y del producto, los «géneros textuales», la «localización de sitios web» (que se pueden aplicar a la localización de webs de videojuegos), particularidades de esta especialidad, etc. En lo que a conocimiento general se refiere, se ofrece incluso un apartado relacionado con la «documentación, ayuda y software». Para acabar, la formación sobre aspectos profesionales y sociales también es muy completa. Se incluye una introducción a los «conceptos básicos de la localización» y al «proceso de localización» (tanto en general como aplicado a los videojuegos), así como «simulaciones de un encargo real» y «revisión con emulador». En general, los conocimientos impartidos en ambos másteres son muy similares y se adecuan a las recomendaciones de los teóricos. Algunas de las diferencias que se presentan son el tratamiento de documentación y fuentes de ayuda, que solo se da en la Universidad de Granada, o las diferencias en los conocimientos informáticos que se imparten, como puede ser el caso de los *assets*, que se ven en profundidad en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. La oferta de formación en localización de videojuegos no está todavía muy extendida, pero los contenidos que se estudian siguen un patrón aparentemente parecido y que va en la buena dirección.

Como conclusión, puede considerarse que la formación específica en localización de videojuegos todavía no se ha implementado de manera generalizada en los grados de traducción de las universidades españolas, aunque poco a poco van apareciendo elementos relacionados con la traducción de videojuegos en los temarios. Sin embargo, sí que es posible acceder a una variedad relativamente amplia de estudios de posgrado o complementarios que ofrecen una formación completa en esta especialidad. Tras estudiar el caso de varias universidades se puede observar que, teniendo siempre en cuenta las posibles diferencias entre los diferentes estudios que se ofrecen, los contenidos que se incluyen en estos estudios se adecuan en mayor o menor medida a las recomendaciones de los teóricos y se adaptan a las características del medio y las especificidades de la industria pese a las dificultades que todavía plantea esta modalidad traductora a la didáctica.

4. Conclusión

Después de haber analizado varios aspectos del mercado de la localización de videojuegos, se puede observar que se trata de una modalidad relativamente nueva y que cuenta con unas características propias que la diferencian de otras especialidades. En cuanto a la situación laboral, se trata de un mercado muy concentrado geográficamente y con gran variedad de opciones de contratación, en el que es posible trabajar tanto de forma autónoma como dentro de las propias desarrolladoras o en empresas especializadas a las que se derivan las traducciones. Las competencias necesarias por parte del traductor también son muy variadas e incluyen aspectos de varias disciplinas. A los conocimientos generales comunes a todas las

modalidades de traducción se suman los relacionados con la informática general o con la propia industria del videojuego o las peculiaridades del proceso localizador. Esto implica que el traductor de videojuegos ha de estar muy implicado en todo lo relacionado con la tecnología y su propia especialidad, disciplinas expuestas a una transformación constante que avanzan a un ritmo muy rápido. Sin embargo, la formación en esta modalidad de traducción parece todavía poco desarrollada en España. Se trata de una modalidad que plantea una serie de dificultades didácticas que aún son difíciles de asumir y resolver para las universidades; esto explicaría, en parte, por qué la enseñanza se reduce en gran medida a los estudios de posgrado. Con todo y con esto (y después de un sondeo comparativo apuntalado en el trabajo de los teóricos), cabe resaltar que los másteres ofertados en este ámbito cuentan con planes de estudios sólidos. Dada la enorme repercusión de los videojuegos en el ocio y la sociedad de hoy en día, es muy probable que las universidades redoblen sus esfuerzos a la hora de incluir la traducción de videojuegos en la formación de sus grados y poco a poco se asiente como una pieza importante en la formación de los futuros traductores.

5. Bibliografía

Bernal-Merino, Miguel Ángel. 2007. «Challenges in the Translation of Video Game.» *Tradumática* 5. Recuperado el 12 de marzo de 2017 en <http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista/num5/articles/02/02.pdf>

Dietz, Frank. 2007. «"How Difficult Can It Be?" - The Work of Computer and Video Game Localization.» *Tradumática* 5. Recuperado el 12 de marzo de 2017 en <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/num5/articles/04/04art.htm>

International Game Developers Association Game Localization Special Interest Group. 2012. *Best Practices for Game Localization*. Recuperado el 12 de marzo de 2017 en <http://c.ymcdn.com/sites/www.igda.org/resource/collection/2DA60D94-0F74-46B1-A9E2-F2CE8B72EA4D/Best-Practices-for-Game-Localization-v22.pdf>

Loureiro Pernas, María. 2007. «Paseo por la localización de un videojuego.» *Tradumática* 5. Recuperado el 12 de marzo de 2017 en <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/num5/articles/03/03.pdf>

Lynn Waldron, Valerie. 2014. *The Rise of Mobile Games: Factors Contributing to Their Success*. Recuperado el 25 de marzo de 2017 en <https://www.lib.umich.edu/blogs/eaten-grue/rise-mobile-games-factors-contributing-their-success>

Mäyrä, Frans. 2015. «Mobile Games.» En *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Recuperado el 25 de marzo de 2017 en http://people.uta.fi/~tlilma/Mobile_Games.pdf

Newzoo. 2016. *2016 Global Games Market Report*. Recuperado el 25 de marzo de 2017 en https://cdn2.hubspot.net/hubfs/700740/Reports/Newzoo_Free_2016_Global_Games_Market_Report.pdf

Newzoo. *Top 25 Companies by Game Revenues*. Recuperado el 5 de febrero de 2017 en <https://newzoo.com/insights/rankings/top-25-companies-game-revenues/>

O'Hagan, Minako y Carmen Mangiron. 2013. *Game Localization*. Amsterdam y Filadelfia: John Benjamins.

Scholand, Michael. 2002. «Localización de videojuegos.» *Tradumática* 1. Recuperado el 12 de marzo de 2017 en <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/articles/mscholand/mscholand.PDF>

Scimeca, Dennis. 2015. *The Unstoppable Rise of Mobile Gaming*. Recuperado el 25 de marzo de 2017 en <http://kernelmag.dailydot.com/issue-sections/headline-story/11996/rise-of-mobile-gaming/>

Vela Valido, Jennifer. 2011. «La formación académica de los traductores de videojuegos en España: retos y propuestas para docentes e investigadores.» *TRANS* 15: 89-102. Recuperado el 13 de abril de 2017 en http://www.trans.uma.es/pdf/Trans_15/89-102.pdf

Wikipedia. *List of Video Game Genres*. Recuperado el 25 de marzo de 2017 en https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_video_game_genres

Wikipedia. *Localization of Square Enix video games*. Recuperado el 5 de febrero de 2017 en https://en.wikipedia.org/wiki/Localization_of_Square_Enix_video_games

6. Apéndices

Apéndice A. Principales desarrolladoras de videojuegos

EMPRESA	SEDE PRINCIPAL	CONTACTO LABORAL
2K Games	Novato, Estados Unidos	https://www.2k.com/jobs
Activision Blizzard	Santa Mónica, Estados Unidos	http://activision.referrals.selectminds.com/jobs/search/61108
Bandai Namco	Tokio, Japón	http://www.bandainamcostudios.com/en/careers/
Bethesda Game Studios	Rockville, Estados Unidos	http://bgs.bethsoft.com/
COLOPL	Tokio, Japón	http://colopl.co.jp/en/contact/
DeNA	Tokio, Japón	https://dena.com/intl/contact/jobseekers/
Disney Interactive	Glendale, Estados Unidos	https://jobs.disneycareers.com/category/disney-interactive-jobs/391-5733-5732/2248/1
Electronic Arts	San Mateo, Estados Unidos	http://careers.ea.com/
FromSoftware	Tokio, Japón	http://careers.fromsoftware.jp/en/
GungHo Online Entertainment	Tokio, Japón	http://www.gungho.co.jp/recruit/index.html
King Digital Entertainment	Londres, Reino Unido	https://jobs.king.com/
Konami	Osaka, Japón	https://www.konami.com/jobs/en/
Microsoft	Redmond, Estados Unidos	https://www.microsoftstudios.com/jobs/
Mixi	Tokio, Japón	http://mixi.com/
NCSOFT	Pangyo, Corea del Sur	http://us.ncsoft.com/en/careers/#all
NetEase	Guangzhou, China	http://netease.theresumator.com/
Nexon	Tokio, Japón	http://www.nexon.net/corporate/careers/
Nintendo	Kioto, Japón	https://www.nintendo.com/corp/jobs.jsp

Paradox Interactive	Estocolmo, Suecia	http://career.paradoxplaza.com/jobs
Sega	Tokio, Japón	http://careers.sega.co.uk/
Sony Interactive Entertainment	San Mateo, Estados Unidos	http://www.sie.com/en/saiyo.html
Square Enix	Tokio, Japón	http://eu.square-enix.com/en/jobs
Take-Two Interactive	Nueva York, Estados Unidos	http://take2games.com/careers/
Tencent	Shenzhen, China	http://tencent.avature.net/career
Ubisoft	Rennes, Francia	https://www.ubisoft.com/en-US/careers/search.aspx
Warner Bros. Interactive Entertainment	Burbank, Estados Unidos	http://www.warnerbroscareers.com/gamesinteractive/
Zynga	San Francisco, Estados Unidos	https://www.zynga.com/careers

Apéndice B. Páginas web de las empresas de localización consultadas

MoGi Translation	http://www.mogi-translations.com/
Andovar Game Localization	http://www.andovar-game-localization.com/
EQHO	http://www.eqho.com/
Trágora	https://tragoratraduccion.com/
Linguavox	http://www.linguavox.es/es/
GameLoc	http://gameloc.net/
Pink Noise	http://www.pinknoisestudios.com/

Apéndice C. Ofertas de trabajo y recursos utilizados para el estudio

- Activision Blizzard
 - Localizaciones: <http://www.activisionblizzard.com/locations>
 - Perfil en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/activision>
 - Búsqueda de empleo: <http://activision.referrals.selectminds.com/jobs/search/61108>
 - Oferta 1:
<http://activision.referrals.selectminds.com/activisionblizzard/jobs/simplified-chinese-linguistic-coordinator-630>
- Electronic Arts
 - Localizaciones: <http://careers.ea.com/our-locations>
 - Perfil en LinkedIn: <https://es.linkedin.com/company/electronic-arts>
 - Búsqueda de empleo: <http://careers.ea.com/ea-career-search>
- Konami
 - Localizaciones: <http://www.konami-digital-entertainment.com/contact.php>
 - Perfil en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/konami>
 - Búsqueda de empleo: <https://www.konami.com/jobs/en/>
 - Ofertas: <https://www.konami.com/games/us/en/jobs/>
- NetEase
 - Localizaciones: <http://www.netease-na.com/#!/about>
 - Perfil en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/netease>
 - Búsqueda de empleo: <http://netease.theresumator.com/>
 - Oferta (cerrada): <http://netease.applytojob.com/apply/CEN1TN/Game-Localization-WriterEditor-ChineseEnglish>
- Nintendo
 - Localizaciones:
https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Nintendo_development_teams
 - Perfil en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/nintendo>
 - Búsqueda de empleo: <https://www.nintendo.com/corp/jobs.jsp>

- Oferta: https://www.linkedin.com/jobs/view/235385905?trkInfo=searchKeywordString%3ANintendo%2CsearchLocationString%3A%252C%2B%2Cvertical%3Ajobs%2CpageNum%3A1%2Cposition%3A8%2CMSRPsearchId%3A86be0048-bc5a-42c9-81a3-8d2b6f22f74a&refId=86be0048-bc5a-42c9-81a3-8d2b6f22f74a&trk=jobs_jserp_job_listing_text
- Sega
 - Localizaciones: <http://www.sega.com/corporate>
 - Perfil en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/sega>
 - Búsqueda de empleo: <http://careers.sega.co.uk/>
 - Ofertas varias: <http://careers.sega.co.uk/careers/sega-europe-limited/localisation-ga-senior-tester-french>
 - Oferta: <http://careers.sega.co.uk/careers/sega-europe-limited/chinese-localisation-ga-tester>
- Sony Interactive Entertainment
 - Localizaciones: <https://www.playstation.com/en-us/corporate/about/>
 - Perfil en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/playstation-sony>
 - Búsqueda de empleo: <http://www.sie.com/en/saiyo.html>
- Square Enix
 - Localizaciones: <http://www.hd.square-enix.com/eng/company/group.html>
 - Perfil en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/square-enix>
 - Búsqueda de empleo: <http://eu.square-enix.com/en/jobs>
- Tencent
 - Localizaciones: <https://www.tencent.com/en-us/contactus.html>,
<http://careers.tencent.com/global/us/>
 - Perfil en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/tencent>
 - Búsqueda de empleo: <http://tencent.avature.net/career>,
<http://careers.tencent.com/global/us/>
 - Ofertas (cerradas): <http://www.hiredchina.com/position/1928302943.html>,
<http://www.hiredchina.com/position/1928942944.html>,
<http://www.hiredchina.com/position/1191472938.html>
- Ubisoft

- Localizaciones: <https://www.ubisoft.com/en-US/office/worldwide-hq.aspx>
- Perfil en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/ubisoft>
- Búsqueda de empleo: <https://www.ubisoft.com/en-US/careers/search.aspx>
- Oferta 1: <https://www.ubisoft.com/en-US/careers/search.aspx#sr-post-id=99138756&is-redirect=true>
- Oferta 2: <https://www.ubisoft.com/en-US/careers/search.aspx#sr-post-id=99137232&is-redirect=true>

Apéndice D. Universidades que ofrecen localización en España

UNIVERSIDAD	COMUNIDAD	TÍTULO DE LOS ESTUDIOS	TIPO	INFORMACIÓN
Universidad Alfonso X El Sabio	Madrid	Experto en Tradumática, Localización y Traducción Audiovisual	Privada	http://www.uax.es/experto-en-tradumatica-localizacion-y-traduccion-audiovisual.html
Universidad Autónoma de Barcelona	Cataluña	Máster en Traducción Audiovisual	Pública	http://www.uab.cat/web/informacio-academica-dels-masters-oficials/l-oferta-de-masters-oficials/informacio-general/traduccion-audiovisual-1096480139517.html?param1=1345695508608
Universidad de Granada	Andalucía	Máster Universitario de Traducción Profesional	Pública	http://masteres.ugr.es/traduccionprofesional/
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Canarias	Grado en Traducción e Interpretación	Pública	http://www2.ulpgc.es/index.php?pagina=plan_estudio&ver=wpe002&codTitulacion=4800&tipoTitulacion=G
Universidad Internacional Menéndez Pelayo	Andalucía	Máster Universitario en Traducción y Nuevas Tecnologías: Traducción de Software y Productos Multimedia	Pública	http://www.uimp.es/postgrado/estudios/fichaestudio.php?plan=P02Q&any=2016-17&dis=2&verpest=100,5

Universidad de Salamanca	Castilla y León	Grado en Traducción e Interpretación	Pública	http://www.usal.es/node/4622
Universidad de Valencia	Comunidad Valenciana	Máster en Traducción Creativa y Humanística	Pública	http://www.uv.es/uvweb/universitat/ca/estudis-postgrau/masters-oficials/master-1285848941532/Titulacio.html?id=1285857507847
Universidad de Vic	Cataluña	Máster en Traducción Especializada	Privada	https://www.uvic.cat/es/master/traduccion-especialitzada
Unviersidad de Vigo	Galicia	Máster en Traducción Multimedia	Pública	http://multitrad.webs.uvigo.es/
Universidad Europea de Madrid	Madrid	Máster en Doblaje, Traducción y Subtitulación	Privada	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/master-en-doblaje-traduccion-y-subtitulacion
Universidad Internacional de Valencia	Comunidad Valenciana	Grado en Traducción e Interpretación	Privada	http://www.viu.es/grado-traduccion-interpretacion/
Universidad Rey Juan Carlos	Madrid	Grado en Traducción e Interpretación	Pública	https://www.urjc.es/estudios/grado/1249-traduccion-e-interpretacion

Apéndice E. Programas de estudios y asignaturas analizados el estudio comparativo

Universidad Internacional Menéndez Pelayo:

<http://www.uimp.es/postgrado/estudios/fichaasig.php?plan=P02Q&any=2016-17&asi=101710&dis=2&lan=es>

Universidad de Granada:

http://masteres.ugr.es/traduccionprofesional/pages/info_academica/guiadocente_localizacion/